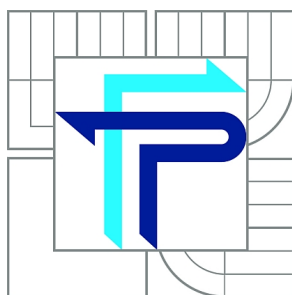




VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV INFORMATIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF INFORMATICS

NÁVRH IMPLEMENTACE INFORMAČNÍHO SYSTÉMU MS DYNAMICS CRM 2011 VE SPOLEČNOSTI LUX-IDENT S.R.O.

**THE DESIGN OF IMPLEMENTATION OF THE MS DYNAMICS CRM 2011 IN THE COMPANY
LUX-IDENT S.R.O.**

DIPLOMOVÁ PRÁCE
MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

Bc. PATRIK VAŠÍČEK

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. HANA KLČOVÁ, Ph.D.

BRNO 2015

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Vašíček Patrik, Bc.

Informační management (6209T015)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává diplomovou práci s názvem:

Návrh implementace informačního systému MS Dynamics CRM 2011 ve společnosti LUX-IDent s.r.o.

v anglickém jazyce:

The Design of Implementation of the MS Dynamics CRM 2011 in the Company LUX-iDent s.r.o.

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Vymezení problému a cíle práce

Teoretická východiska práce

Analýza problému a současné situace

Vlastní návrh řešení a jeho přínosy

Závěr

Seznam použité literatury

Seznam odborné literatury:

BASL, Josef a Roman BLAŽÍČEK. Podnikové informační systémy: podnik v informační společnosti. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 323 s. ISBN 978-80-247-4307-3.

GÁLA, Libor, Jan POUR a Zuzana ŠEDIVÁ. Podniková informatika. 2. přeprac. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2009. 496 s. ISBN 978-80-247-2615-1.

KOSTOJOHN, Scott, Mathew JOHNSON a Brian PAULEN. CRM fundamentals: step by step. New York: Springer Science Business Media, 2011. 232 s. ISBN 978-143-0235-910.

SNYDER, Mike, Jim STEGER a Brendan LANDERS. Microsoft Dynamics CRM 2011: step by step. Washington: Microsoft Press, 2011. 417 s. ISBN 07-356-4890-5.

SODOMKA, Petr a Hana KLČOVÁ. Informační systémy v podnikové praxi. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Brno: Computer Press, 2010. 501 s. ISBN 978-80-251-2878-7.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Hana Klčová, Ph.D.

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2014/2015.

L.S.

doc. RNDr. Bedřich Půža, CSc.
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 28.2.2015

Tato verze diplomové práce je zkrácená (dle Směrnice děkana č. 2/2013). Neobsahuje identifikaci subjektu, u kterého byla diplomová práce zpracována (dále jen „dotčený subjekt“) a dále informace, které jsou dle rozhodnutí dotčeného subjektu jeho obchodním tajemstvím či utajovanými informacemi.

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá návrhem implementace informačního systému Microsoft Dynamics CRM 2011 ve společnosti LUX-IDent s.r.o. Hlavní část tvoří návrh propojení Microsoft Dynamics CRM 2011 s informačním systémem Helios Orange a vzájemná synchronizace dat. Další část práce se zabývá definováním specifických úprav dle požadavků stanovených zákazníkem.

Abstract

This diploma's thesis deals with the proposal of implementation information system Microsoft Dynamics CRM 2011 in company LUX-IDent s.r.o. The main part is a proposal to link Microsoft Dynamics CRM with information system Helios Orange and data synchronization. Another part deals with defining the specific modifications according to the requirements specified by the customer.

Klíčová slova

Informační systém, informace, data, proces, projektový management, řízení vztahů se zákazníky, webová služba, Microsoft Dynamics CRM, Helios Orange

Keywords

Information system, information, data, process, project management, customer relationship management, web services, Microsoft Dynamics CRM, Helios Orange

Bibliografická citace

VAŠÍČEK, Patrik. *Návrh implementace informačního systému MS Dynamics CRM 2011 ve společnosti LUX-IDent s.r.o.* Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2015. 87 s. vedoucí diplomové práce Ing. Hana Klčová, Ph.D.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, a že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu zákona č.121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 25. května 2015

.....

Poděkování

Tímto bych rád poděkoval vedoucí mé diplomové práce paní Ing. Haně Klčové, Ph.D., za odborné rady a cenné připomínky, které jsem využil při zpracování této diplomové práce. Dále bych chtěl poděkovat vedení společnosti LUX-IDent s.r.o. za poskytnutí informací, podkladových materiálů a součinnosti při realizaci návrhu.

Obsah

Úvod.....	10
Vymezení problému a cíle práce	12
1. Teoretická východiska řešení.....	13
1.1. Vymezení základních pojmů	13
1.2. Podnikový informační systém a infrastruktura	16
1.2.1. Enterprise Resource Planing (ERP).....	17
1.2.2. Customer Relationship Management (CRM)	21
1.2.3. Management Infomation System (MIS)	24
1.3. Microsoft Dynamics CRM 2011.....	25
1.3.1. Základní informace	26
1.3.2. Technologie Microsoft Dynamics CRM 2011.....	26
1.3.3. Oblasti využití Microsoft Dynamics CRM 2011	28
1.4. Analýza IS.....	30
1.5. Integrace aplikací	31
1.6. Procesní řízení podniku	33
1.7. Projektový management	34
1.7.1. Základní pojmy	34
1.7.2. Fáze IT projektu.....	36
1.8. Hodnocení projektu.....	37
2. Analýza problému a současné situace	39
3. Vlastní návrh řešení a jeho přínos.....	40
Závěr	41
Seznam použité literatury	43
Seznam zkratk	47
Seznam obrázků.....	48
Seznam tabulek	49

Úvod

Za posledních 20 let došlo k výraznému rozmachu informačních a komunikačních technologií, které jsou v dnešních podnicích využívány téměř každý den. Umožňují nám získávat a analyzovat celou řadu dat, kterých je dnes velmi mnoho a při využití správných nástrojů a technologií nám jsou schopny poskytnout důležité informace a poznatky.

Právě informace je to, co firmy považují v dnešní době za nejcennější. Informace jim slouží jako rozhodovací kritérium v téměř všech situacích, které mohou během podnikání nastat. Proto je velice důležité tyto data uchovávat, kontrolovat a třídit. A to tak, aby byla zajištěna jejich integrita, vypovídací schopnost a poskytly nám to, co od nich požadujeme, tedy podklad pro rozhodování. Nároky na množství a složitost informací v průběhu zdokonalování všech procesů neustále rostou, a proto je potřeba využití nástrojů, které nám s tříděním a přehledností informací pomohou. K tomuto účelu slouží právě informační systémy.

V rámci mé diplomové práce se budu zabývat oblastí informačních systémů, které se zaměřují na získání co nejobsáhlejšího pohledu na zákazníka. Tomuto typu systému se říká systém pro řízení vztahů se zákazníky (CRM – Customer Relationship Management). Jednotlivé informace o zákaznících mohou společnosti poskytnout ucelený pohled na zákazníka, na jeho přání, potřeby. To umožní společnosti poskytnout hodnotnější zákaznický servis a zajistit tak spokojenost zákazníka, případně umožní společnosti nalézt nový prostor pro uplatnění na trhu (vyplnění novým produktem, zaměření na nový segment zákazníků). Tyto poznatky mohou v neposlední řadě vést ke zvýšení tržeb a zisku společnosti.

Implementace takového systému do již zaběhlého prostředí výrobního podniku, kterou budu řešit v rámci své diplomové práce, s sebou často přináší nutnost integrace s dalšími podnikovými aplikacemi, kterými jsou nejčastěji systémy pro plánování podnikových zdrojů (ERP – Enterprise Resource Planning). Integrace přináší řadu úskalí, na která je nutné být připraven již v počátečních fázích projektu, a mimo jiné si vyžádá také vyšší rozpočet projektu.

V případě, že se rozhodne podnik investovat do integrovaného řešení více systémů, musí zajistit celou řadu nezbytných věcí, aby byly v konečném stavu implementace naplněny prvotní představy a požadavky. Mezi důležité kroky patří zejména prvotní analýzy (současného stavu, výběru systému, před-implementační analýza, která může zahrnovat například studii proveditelnosti a jiné), výběr implementačního partnera a důkladného definování projektu jako celku včetně finančního rozpočtu. V závěru projektu před samotným převzetím je velice důležitým krokem komplexní testování funkčnosti systému jako celku. V případě podcenění některé z částí projektu může dojít k závažným komplikacím, které mohou způsobit nefunkčnost systému a tedy jeho nevyužitelnost. Dalším možným důsledkem mohou být vysoké dodatečné náklady spojené s přepracováním špatně provedené části implementace.

Vymezení problému a cíle práce

Cílem této práce je navrhnout způsob implementace informačního systému Microsoft Dynamics CRM ve společnosti LUX-IDent s.r.o. (dále jen LUX-IDent) s ohledem na propojení se současným ERP systémem Helios Orange.

V první kapitole shrnu základní teoretické poznatky potřebné pro pochopení dané problematiky. Tyto poznatky následně využiji ve druhé a zejména třetí kapitole věnující se stěžejní části práce, a to návrhu implementace systému CRM.

V druhé části práce se budu věnovat představení společnosti LUX-IDent. Zaměřím se na její historii, organizační strukturu a předmět podnikání. Dále popíši a zhodnotím současný stav IS/ICT, který je předpokladem pro úspěšnou implementaci informačního systému.

V třetí části se budu věnovat návrhu implementace informačního systému Microsoft Dynamics CRM. Stěžejní část bude věnována propojení implementovaného informačního systému se současně provozovaným systémem Helios Orange. Dále se zaměřím také na uživatelskou customizaci. Součástí bude také časový harmonogram implementace a cenová kalkulace projektu včetně vyhodnocení návratnosti investice. Návrh musí splňovat požadavky investora společnosti LUX-IDent.

Na závěr zhodnotím, zda navrhované řešení splňuje požadavky investora.

1. Teoretická východiska řešení

V této části práce se zaměřím na nejdůležitější teoretická východiska práce. Nejprve vymezím základní pojmy spojené s informačními systémy (dále jen IS). Zaměřím se na oblast IS s důrazem na systémy řízení vztahu se zákazníky a projektové řízení, které nesmíme opomenout při implementaci jakéhokoliv systému.

1.1. Vymezení základních pojmů

Data

Data jsou základním předpokladem pro získávání informací a tvoří nejnižší prvek IS. Představují řetězec znaků, který jako takový nedává význam (popisují vlastnosti objektů bez kontextu) (1).

Obecně lze data chápat jako vhodné zachycení skutečnosti, které mají určitou vypovídací schopnost a jsou ve srozumitelné formě pro příjemce, kterým je buď člověk nebo technická prostředek (2).

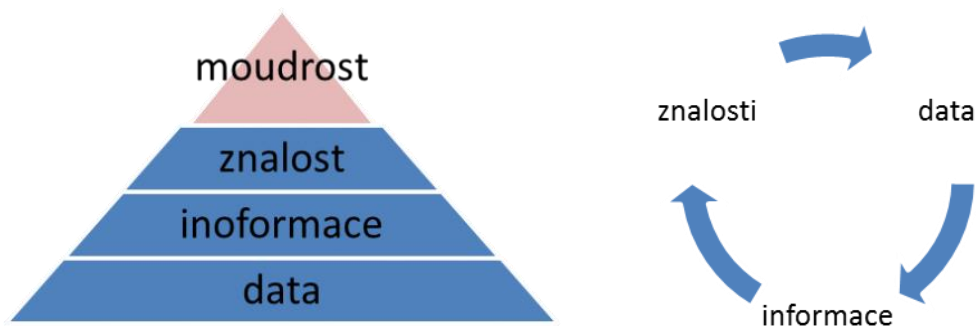
Informace

Na informace lze nahlížet z různých pohledů. Pro potřeby IS je nejpodstatnější pohled pragmatický, který se zaměřuje na praktické využití informace příjemcem. Dále pak existuje pohled syntaktický zaměřený na strukturu informace a pohled sémantický zaměřený na význam informace. Poslední dva zmíněné pohledy však nezohledňují vztah informace k jejímu příjemci (3).

„Informace je zpráva o nastalém jevu, která u nás (příjemců) snižuje míru neznatelnosti o tomto jevu“ (1, str. 23)

Znalost

Znalost vznikne tehdy, kdy vezmeme dostupné informace, interpretujeme je a použijeme v souvislostech. Představují poznání reality, kde z informací, které spolu s dalšími informacemi zasadíme do kontextu, získáváme znalosti (1).



Obrázek č. 1 – Přeměna dat ve znalosti

Zdroj: (4)

Moudrost

Rozšíříme – li znalosti o zkušenosti, intuici, a dále zahrneme rozlišení, co je dobré/špatné, tak získáváme moudrost (1).

Databáze (DB)

Databáze představuje větší celek seskupených a smysluplně organizovaných dat. V rámci hierarchie databázového přístupu k informacím je na vrcholu této struktury. Je tvořena jednotlivými záznamy, které jsou dále tvořeny dílčími položkami (entitami). Organizace a přístup k entitám zajišťuje tzv.: systém řízení báze dat, který spolu s databází tvoří celý databázový systém (1).

Dle autorského zákona: *"Databází je pro účely tohoto zákona soubor nezávislých děl, údajů nebo jiných prvků, systematicky nebo metodicky uspořádaných a individuálně přístupných elektronickými nebo jinými prostředky, bez ohledu na formu jejich vyjádření."* (5)

Systém

Systém je souborem prvků, kde je každý prvek definován vlastnostmi, a jednotlivé prvky mezi sebou obsahují vazby. Vzájemná provázanost vyžaduje správné navržení všech

prvků systému, neboť jeden prvek ovlivňuje výsledek ostatních a naopak. Systém jako celek pak slouží k naplnění daného cíle a je charakterizován určitým chováním (6).

Dle Gály je definice systému následující: „*Systém je komplex prvků nacházející se ve vzájemné interakci, který je charakterizován cílovým chováním.*“ (1, str. 21)

„*V teorii systémů se rozumí systémem uspořádaná množina prvků spolu s jejich vlastnostmi a vztahy mezi nimi, jež vykazují jako celek určité vlastnosti, resp. „chování“.* Pro naše účely zkoumání efektivnosti pak mají smysl jen takové systémy, u kterých je možno definovat účel, čili tzv. systémy s cílovým chováním. Jinak také řečeno systém je množina vzájemně propojených komponent, které musí pracovat dohromady pro celý systém tak, aby tento systém naplnil daný účel (daný cíl). To ovšem znamená, že i když každý jednotlivý prvek systému je dobře navržen a pracuje efektivně, jestliže tyto prvky nepracují dohromady, systém neplní svoji funkci. Znamená to také, že změna v jednom prvku se vždy nějak dotkne ostatních prvků.“ (2, str. 15)

Informační systém (IS)

„*Informační systém definujeme jako uspořádání vztahů mezi lidmi, datovými a informačními zdroji a procedurami jejich zpracování za účelem dosažení stanovených cílů.*“ (7, str. 14)

Molnár popisuje informační systém jakou soubor zahrnující lidi, technické prostředky a metody zabezpečující sběr, zpracování a uchování dat kvůli potřebě tvorby informací pro uživatele činné v systému řízení (8).

Je nutné si uvědomit, že se informační systém týká celého podniku (všech oblastí podnikání a všech zaměstnanců) a ne vždy se musí jednat o informační systém v souvislosti s IT:

„*Informační systémy se v podniku nevyskytují totiž jen v souvislosti s IT, ale v širším rámci mohou být vnímány s ohledem na míru formalizace údajů, podíl u lidského faktoru i například s ohledem na druh „nosičů“ informací:*

- *Informace zapsané a zpracovávané nejčastěji prostřednictvím relační databáze a směřující jednak směrem k eliminaci přímé účasti člověka cestou automatizace určitých činností a jednak sloužící k podpoře jeho rozhodování.*

- *Informace uložené na dalších, mnohdy ještě „klasických nosičích“ – dokladech, formulářích, zprávách a předpisech, nověji pak podporované například aplikacemi ICT pro zprávu obsahu. Tyto informace jsou často uloženy v nestrukturovaném, například textovém nebo grafickém tvaru a bývají obtížněji dostupné.*
- *Informace, které nejsou dosud zaznamenány v databázi, jiné elektronické podobě a ani nejsou na žádném formuláři. Může se jednat o zkušenosti uložené v hlavách zaměstnanců (obchodníků, konstruktérů, projektantů, ale i výrobních dělníků a také manažerů), které jsou využívány operativně v okamžiku potřeby a jsou předmětem managementu znalostí.“ (9, str. 52)*

Informační technologie (IT)

Jedná se o soubor prostředků, metod a znalostí potřebných pro elektronické zpracování dat, ze kterých posléze vzniknou informace. Zahrnuje tedy nejenom techniky zpracování a vyhodnocování dat, ale také prostředky pro zpracování, přenos a ukládání. Úzce souvisí s předchozím pojmem, a proto se často používá zkratka IS/IT (6).

Dle Gály: *„Informační a komunikační technologie představují systém technických a programových prostředků využívaných pro práci s informacemi.“ (1, str. 22)*

1.2. Podnikový informační systém a infrastruktura

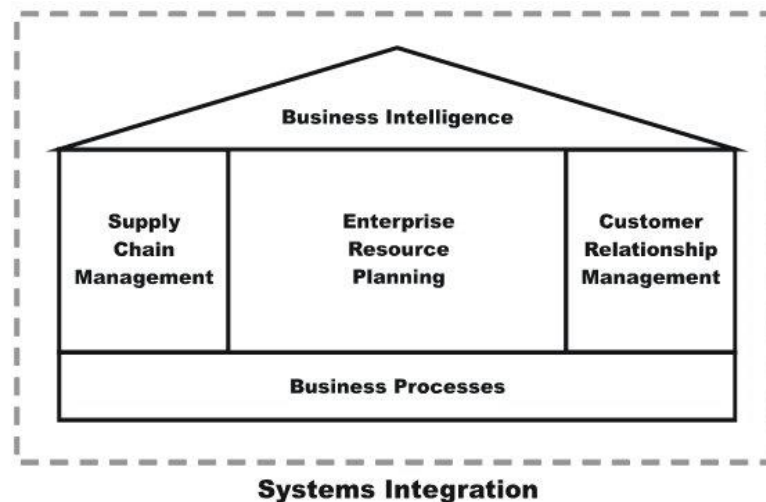
Podnikový informační systém je takové řešení, které poskytuje informační zajištění řízení podniku v důležitých podnikových oblastech, jako je výroba, logistika, personální zdroje, finance, vztahy se zákazníky a jiné. Jeho úkolem je napomáhat při řízení, provozu a rozvoji ekonomického subjektu (9).

Členění podnikových informačních systémů

Zde bude uvedeno základní členění podnikových informačních systémů vzhledem k oblastem, ve kterých jsou využívány.

Základní členění podnikových informačních systémů

- Enterprise Resource Planing - ERP
- Customer Relationship Management - CRM
- Supply Chain Management - SCM
- Management Information System – MIS (3)



Obrázek č. 2: Holisticko procesní pohled na IS

Zdroj: (3)

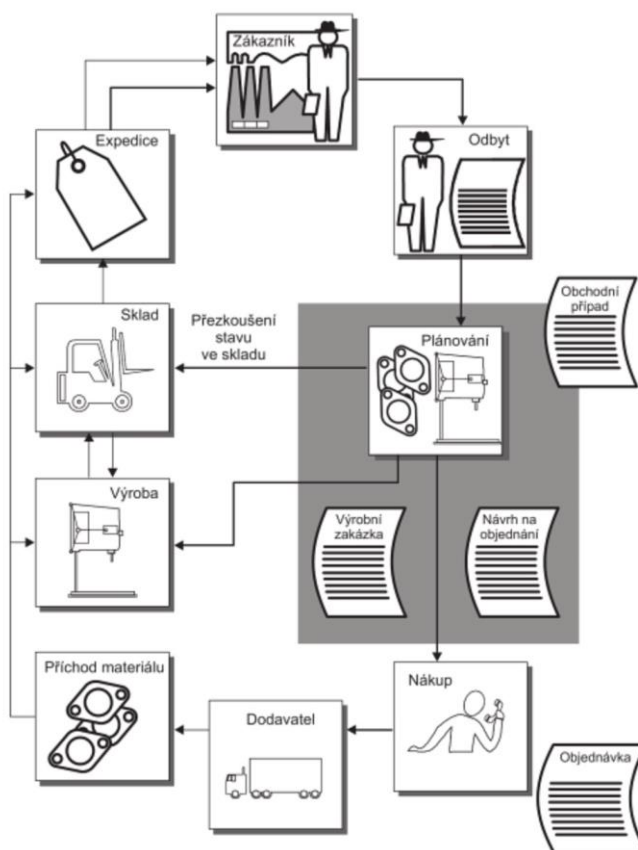
1.2.1. Enterprise Resource Planing (ERP)

Jedná se o systém pro plánování podnikových zdrojů. ERP systémy představují celopodnikové transakční aplikace, což jsou aplikace pokrývající velkou část nejdůležitějších podnikových procesů na úrovni operativního a taktického řízení. Jedná se o oblasti obchodu, financí, výroby, účetnictví, personalistiky a jiné. Dále mohou být obohaceny o celou řadu modulů, nástrojů a funkcí pokrývajících oblasti workflow, business intelligence atd. Pro takto rozšířený ERP systém se používá termín ERP II (1).

Basl uvádí následující definici ERP systému: „Za ERP jsou považovány jednak aplikace, které představují softwarová řešení užívaná k řízení podnikových dat a pomáhající plánovat celý logistický řetězec od nákupu přes sklady po výdej materiálu, řízení obchodních zakázek od jejich přijetí až po expedici, včetně plánování vlastní výroby, a s tím spojené finanční a nákladové účetnictví a řízení lidských zdrojů.“ (9, str. 66)

Systém je nejčastěji tvořen jádrem, které pokrývá základní funkcionalitu všech podniků, a pak je rozšiřován tzv. „branžovým řešením“ speciálně uzpůsobeným pro konkrétní zaměření podniku (farmaceutická společnost, stavební společnost, výrobní společnost a jiné) (1).

Databáze tohoto systému je hlavním zdrojem dat pro celou řadu podnikových aplikací např.: dodává data o produktech pro e-Business, informace o zákaznících pro CRM, a celou řadu informací pro business intelligence (dále jen BI). Proto je velice důležité zajistit patřičnou kvalitu dat, která se následně promítají do kvality výstupních informací z jiných systémů a mohou významně ovlivnit rozhodování (1).



Obrázek č. 3 – Zpracování zakázky v podnikovém IS

Zdroj: (9)

Funkcionalita ERP:

ERP systém je nejčastějším základním podnikovým informačním systémem, který pak spolu s dalšími aplikacemi, jako je SCM, CRM, BI, tvoří rozšířený systém ERP II. Představuje tak důležitou podnikovou databázi zachycující obraz probíhajících podnikových transakcí.

Basl uvádí dvě základní podnikové oblasti, které systém ERP obsluhuje:

- Finance: zahrnuje finanční a nákladové účetnictví, controlling, správu investičního majetku, řízení hotovosti, výpočet mezd.
- Logistika: v rámci této oblasti je pokryt celý logistický proces od nákupu materiálu, přes dopravu, skladování, výrobu až po expedici a prodej zákazníkům (9).

Mimo tyto oblasti pak systém často zajišťuje podporu procesů v oblasti personalistiky, případně základní funkcionalitu business intelligence.

Tabulka č. 1 – Klasifikace ERP podle oborového a funkčního zaměření

Zdroj: (3)

ERP systém	Charakteristika	Výhody	Nevýhody
All-in-One	Schopnost pokrýt všechny klíčové interní podnikové procesy (personalistika, výroba, logistika, ekonomika)	Vysoká úroveň integrace, dostačující pro většinu organizací	Níže detailní funkcionalita, nákladná customizace
Best-of-Breed	Orientace na specifické procesy nebo obory, nemusí pokrývat všechny klíčové procesy	Špičková detailní funkcionalita, nebo specifická oborová řešení	Obtížnější koordinace procesů, nekonzistentnosti v informacích, nutnost řešení více IT projektů
Lite ERP	Odlehčená verze standardního ERP zaměřená na trh malých a středně velkých firem	Níže cena, orientace na rychlou implementaci	Omezení ve funkcionalitě, počtu uživatelů, možnostech rozšíření atd.

Například informační systém Microsoft Dynamics NAV umožňuje pohled na firemní procesy v rámci těchto oblastí:

- Finance
- Správa majetku
- Obchod a prodej
- Nákup
- Řízení zásob
- Projekty
- Řízený sklad
- Servis
- Výroba (10)

Dalším příkladem může být nejrozšířenější ERP systém v České republice, kterým je Helios Orange spadající do kategorie „all-in-one“. Je využíván výrobními a obchodními společnostmi, sektorem služeb i malými firmami. Tvoří ho tzv.: jádro systému, na které jsou navázány rozšiřující moduly umožňující pokrýt standardní procesy jako:

- Řízení společnosti (business intelligence, workflow, controlling).
- Finance (účetnictví, majetek, finanční analýza, reporting).
- Lidské zdroje (personalistika, mzdy).
- Výroba (technická příprava výroby, kalkulace, optimalizace zásob, kapacitní plánování).
- Obchod a marketing (řízení marketingu, obchodní proces, servis). (11)

Dále pak nabízí speciální oborová řešení pro oblasti:

- Automobilový průmysl
- Převážní společnosti
- Elektrotechnická výroba
- Energetika
- Maloobchod
- Velkoobchod
- Potravinářství

-
- JÁDRO SYSTÉMU**
- Legislativa
- Jazykové verze
- Business Areas (Inner Ring):**
- Účetnictví
 - Banka
 - Pokladna
 - Majetek
 - Finanční analýza
 - Faktoring
 - Leasing
 - Ekonomika a finance
 - Obchod
 - Lidské zdroje
 - Stýk se zákazníky
 - Rízení projektu
 - E-commerce
 - Výroba
 - Zemědělství
 - Služby
 - Doprava
 - Právní služby
 - Celní software
- System Components (Outer Ring):**
- Workflow**
 - Skлады
 - Накупы a prodej
 - Заказы
 - Контракты
 - А одновлікы
 - Нобіліні складнік
 - ЕКО-КОМ
 - ЕДІ комунікаце
 - Document Management**
 - Мзды
 - Персоналістыка
 - Особні портал
 - Замеінацыя
 - Даслабас a псіпсы
 - Школені a тэктарыі
 - проблемы
 - Tools Adaptation**
 - Фактурас
 - Задрыхне
 - Покладні продаж
 - Рішэнні а актывітэ
 - Рішэнні вэзлаху
 - se zákazníky - CRM
 - Helios Intelligence - MIS**
 - On-line web klient
 - On-line klient
 - Планаванні затрыбу
- Business Areas (Outer Ring):**
- Інтэрат
 - Сла
 - ЕСC a ЕМСC
 - NCYS
 - Селні склад a AZS
 - Spedice
 - Сыстэмна служба
 - Правідальнае прапавы
 - засылкы
 - Намормні a латекты
 - Следаванні лідрыжы
 - Следаванні вытлуму
 - Кніга ліджы
 - Световні нахравы
 - Сілічні даці
 - Подпора платебніч
 - карат
 - Планованні праці
 - делных сервіс
 - Евіденцыя сервіс
 - Евіденцыя тэорыі служб
 - a нахраваніх діл
 - Склады звірат
 - Калітуласе
 - Евіденцыя змеміа
 - нафты
 - Паставецкы денік
 - Пропоепні на порталі фарміае - LPIS
 - Технічка піправа
 - внробы
 - Планованні a ршэнні
 - внробы
 - Одваленні операці
 - вс терміналу
 - Капачіні планованні
 - Пропоепні с CAD системы

Zdroj: (12)

Jedna z nejcennějších věcí, kterou si každý podnik pečlivě střeží a věnuje ji významnou pozornost, je seznam zákazníků. Cílem řízení vztahu se zákazníkem je podnítit zákazníka k dalším nákupům, dopřát mu kvalitní péči a zajistit jeho spokojenost.

Je nutné si uvědomit, že náklady na získání nového zákazníka jsou mnohonásobně vyšší, než náklady na udržení stávajícího zákazníka. A také skutečnost, že zákazníci jsou to, co podniku generuje zisk a informace o nich jsou proto velice ceněným aktivem podniku, které umožňuje společnosti dále růst. K uchování těchto informací se používá IS CRM (13),(14).

CRM jako strategie (koncepte):

Součástí CRM koncepte je technologické řešení (CRM systém) a lidé, kteří se snaží tuto koncepci prosazovat za pomoci nasazeného systému.

CRM je strategie, která se více zaměřuje na rozvoj, uchování a extrahování maximálních hodnot ze vztahů se zákazníky. Zkoumá zákazníka častěji z pohledu jeho nákupního rozhodování. Dále přizpůsobuje firemní procesy a organizaci tak, aby poskytovaly lepší služby zákazníkům a zajišťovaly více promyšlenou správu informací (15),(16).

V praxi se nejčastěji uplatňují následující typy CRM koncepte:

„Globální CRM koncepte – typická pro velké společnosti a nadnárodní korporace podnikající na celosvětovém trhu. Je charakteristická jednotným typem všech CRM procesů, nevyžaduje úpravu datového modelu pro jednotlivá teritoria týkající se produktů, servisu, klientů s výjimkou legislativních odlišností. Vyznačuje se minimem požadavků na lokalizaci. Úspěšná globální CRM koncepte je podmíněna tím, že strategické cíle a rozhodnutí jsou „dikována shora“ a jsou prováděna bez zásahu lokálních poboček.

***Globální, lokálně uzpůsobená koncepte** – je uplatňována velkými korporacemi i středně velkými společnostmi tam, kde je potřeba zohlednit specifické podmínky lokálních trhů, byť jejich nabídka je tvořena globálně. Je charakteristická globálním CRM řešením, které vyžaduje podstatné místní úpravy v oblasti CRM procesů. Jsou zde i rozdíly v požadavcích na charakteristiku produktu, zákazníků a servisu, a proto se využívají odlišné datové modely.*

***Lokální CRM koncepte** – je využívána všemi typy organizací, vyžaduje specifické CRM řešení pro každý lokální trh. Katalogy zákazníků i produktů jsou spravovány v rámci*

místních CRM aplikací. Centrálně jsou určována pouze pravidla pro CRM strategii, ostatní činnosti jsou decentralizovány na místní pobočky.“ (3)

CRM z procesního pohledu:

Procesní pohled definuje CRM z pohledu podpory podnikových procesů. Zahrnuje všechny procesy spojené s obchodním cyklem, mezi něž dle Sodomky a Klčové patří:

*„**Řízení kontaktů** – spočívá v řízení vícekanálové komunikace se zákazníky dovnitř i vně organizace. Jedná se tedy o průřezový proces, který zahrnuje všechny ostatní CRM procesy. K automatizaci řízení kontaktů se využívají technologie kontaktního centra (Contact Center)*

***Řízení obchodu** – zahrnuje objednávkový cyklus (řízení kontaktů, zaznamenávání a vyřízení objednávky a její převzetí zákazníkem) a prolíná se s dalšími dvěma CRM procesy, kterými jsou řízení marketingu a servisní služby. K automatizaci obchodních činností je určena funkcionalita SFA (Sales Force Automation).*

***Řízení marketingu** – spočívá v řízení marketingových zdrojů, plánování, realizace a vyhodnocování marketingových kampaní. Cílem marketingového procesu je identifikovat potenciální zákazníky a vytvořit tak nové obchodní příležitosti. K automatizaci marketingového procesu se využívá funkcionality označované jako EMA (Enterprise Marketing Automation).*

***Servisní služby** - slouží k zajišťování záručního i pozáručního servisu, nabídce doplňkových produktů a služeb s cílem posílit spokojenost zákazníka. Zasahují obchodní cyklus ve všech fázích, a proto je také dělíme na předprodejní, prodejní a poprodejní. Servisní služby jsou v rámci CRM řízeny funkcionalitou, která se označuje jako CSS (Customer Service and Support).“ (3)*

Jedná se o systém, jehož úkolem je tedy shromažďovat informace jako jsou adresy, kontaktní údaje, nabídky, objednávky, nákupní vzory, zaznamenání emailové a telefonické komunikace se zákazníkem, přehled schůzek, marketingových kampaní cílených na zákazníka, reklamace, pozáruční servis a jiné informace potřebné pro analýzu zákazníka, jeho udržení a zvýšení prodeje. Podstatou systému je získat co nejvíce dat o zákazníkovi a tyto data transformovat v užitečné informace využitelné při řízení vztahu se zákazníkem (9).

Detailní pohled na vybraný CRM systém (Microsoft Dynamics CRM) je popsán v kapitole 1.3.

1.2.3. Management Information System (MIS)

„Manažerský informační systém tvoří IS/ICT podporu pro vrcholové i operativní rozhodování, která může mít buď podobu sjednocených, předmětově orientovaných databází navržených za tímto účelem, nebo zabezpečení jednoduchých analýz prováděných v databázích transakčních systémů“ (3)

Tento informační systém je využíván zejména v situacích, kdy ERP řešení není dostatečně účinné. Využívá ho zejména střední management, top management a akcionáři společnosti, kterým poskytuje pohled na firemní data v různých souvislostech (9).

S těmito systémy je spojena řada nástrojů a technologií jako je:

Data Warehouse (DW) - Datový sklad umožňuje uchování velkého množství převážně historických dat a sjednocení dat z různých operativních zdrojů. Může se jednat o různé oddělené IS, kde data z těchto systémů můžeme za využití DW sjednotit do odpovídajících datových struktur. To poskytne uživateli informace a pohled na data, který by jinak kvůli různému umístění informací nebyl možný (3).

OnLine Analytical Processing (OLAP) - Nástroje sloužící k provádění analýz a tvorbu reportů nad velkým množstvím dat. Využívá se multidimenzionálních datových kostek (MOLAP), které obsahují agregovaná data a umožňují pohled z různých úhlů. Takzvaných dimenzí, které mohou být tvořeny časovými údaji, lokalitou, kategoriemi, produkty, zákazníky atd. (9).

Business Intelligence (BI)

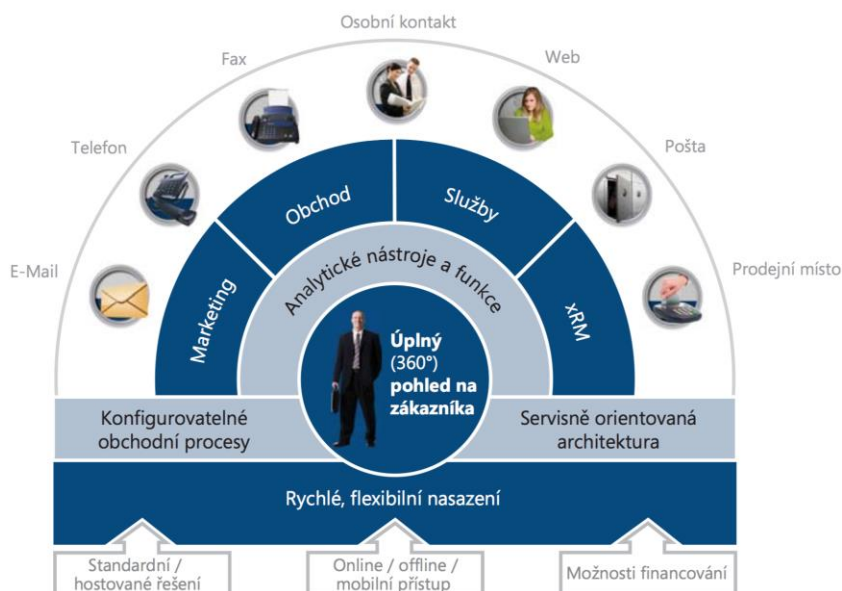
Dle Howarda Dresnera:

„Business Intelligence představuje souhrn nástrojů umožňujících uživatelům ucelený přístup k datům v podnikových informačních systémech a jejich analýzu za účelem lepšího porozumění podnikání a zákazníkům.“ (3, str. 409):

Obecně lze BI definovat jako nástroje, které nám umožňují eliminovat nedostatky transakčních systémů a poskytují nám kvalitnější podklady pro strategické rozhodování při řízení firmy (9).

1.3. Microsoft Dynamics CRM 2011

Microsoft Dynamics CRM je komplexní software pro řízení vztahů se zákazníky. Jeho hlavním úkolem je přiblížit firmu svým zákazníkům, zlepšit podmínky pro růst obrátu, zlepšovat péči o zákazníky a pomáhat odhadovat budoucí potřeby zákazníků.



Obrázek č. 5 – Oblasti pokrývané systémem Microsoft Dynamics CRM

Zdroj: (17)

1.3.1. Základní informace

Microsoft Dynamics CRM 2011 se skládá ze tří modulů (prodej, marketing a servis), ve kterých poskytuje následující funkcionalitu: umožňuje sledovat zájemce, příležitosti, spravovat kontakty, vytvářet nabídky a objednávky, řídit servisní zásahy, budovat znalostní bázi o produktech, vytvářet marketingové kampaně, přehledné dashboardy a jiné. Dále pak obsahuje nástroje pro vytváření sestav, které poskytnou managementu rychlý přehled o aktivitě a efektivitě pracovníků/oddělení (17).

Systém lze spustit ve webovém prohlížeči, případně v doplňku pro Microsoft Outlook. Nespornou výhodou je možnost úprav na míru uživatele, vývoje vlastních aplikací a propojení s jinými systémy za pomoci webových služeb (17).

1.3.2. Technologie Microsoft Dynamics CRM 2011

Způsoby nasazení systému

Online - Řešení určené pro podniky, které nemají dostatečné HW vybavení pro provozování systému. Toto řešení je poskytováno jako Software As a Service (SAAS) a celé řešení je provozováno na serverech společnosti Microsoft. Uživatel k systému přistupuje prostřednictvím běžného uživatelského účtu.

On-premise – Řešení, při kterém systému běží na lokálních serverech zákazníka. Zákazník se sám musí postarat o údržbu, zálohování, update, případně mít toto zajištěno formou servisní smlouvy.

Partner-hosted – Systém je provozován na serverech třetích společností. Tuto možnost často nabízejí implementátoři systémů, pro něž je pak i následná správa systémů svých zákazníků jednodušší. (18)

Pro instalaci Microsoft Dynamics CRM serveru 2011 On-Premise/Partner-hosted je potřeba zajistit minimální požadavky jak hardwarového, tak softwarového vybavení serveru.

Minimální požadavky na instalaci on-premise řešení

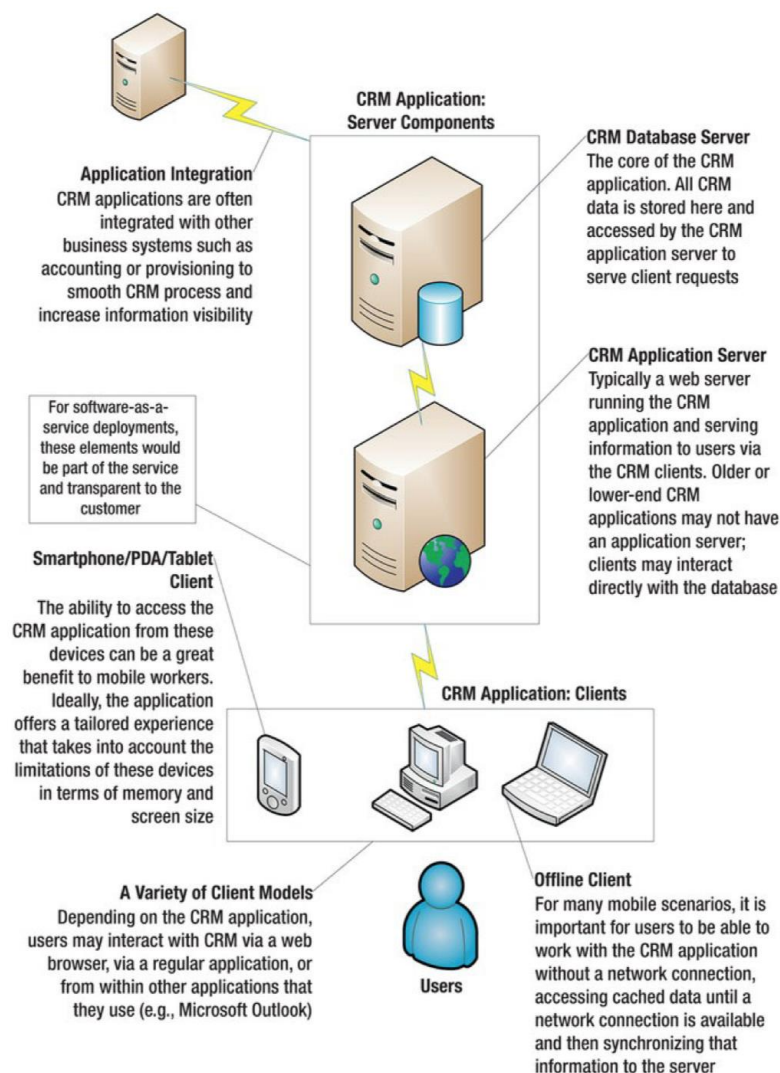
HW:

- Quad-core x64 architektura
- 2GHz CPU
- 8GB RAM
- 40GB místa na disku

SW:

- Windows server 2008 (ve verzi standard, enterprise, datacenter)
- Windows server 2008 R2
- Windows Small Business Server (ve verzi premium/standard)
- Internet Information Services (IIS) 7.0 nebo 7.5
- World Wide Web Publishing Services (W3SVC)
- Windows Data Access Components (Windows DAC) 6.0
- Microsoft ASP.NET 4 (19)

HW požadavky jsou významně ovlivněny celkovým počtem uživatelů, požadovanou dobou odezvy, nárůstem sbíraných dat a způsobem archivování historických dat.



Obrázek č. 6 – Typická infrastruktura CRM aplikace

Zdroj: (19)

1.3.3. Oblasti využití Microsoft Dynamics CRM 2011

Microsoft Dynamics CRM obsahuje následující moduly:

- Sales
- Marketing
- Services

Každý z modulů pak obsahuje řadu entit, které obsahují detailní informace o zákaznících, nákupech, objednávkách, výrobcích, marketingových a servisních aktivitách.

Entity v jednotlivých modulech

Sales

- Accounts
- Contacts
- Leads
- Opportunities
- Marketing Lists
- Competitors
- Products
- Sales Literature
- Quotes
- Orders
- Invoices
- Quick Campaigns
- Goals
- Goal Metrics

Marketing

- Accounts
- Contacts
- Leads
- Marketing Lists
- Campaigns
- Products
- Sales Literature
- QuickCampaigns

Services

- Accounts
- Contacts
- Service Calendar
- Cases
- Knowledge Base
- Contracts
- Products
- Services
- Goals
- Rollup Queries
- Goals Metrics

Zdroj: (18)

Integrace s ostatními produkty společnosti Microsoft

System Microsoft Dynamics CRM lze integrovat s jinými produkty společnosti Microsoft a rozšířit tak jeho funkcionalitu a využití. Integraci lze provést s těmito produkty:

- Microsoft Excel
- Microsoft Word
- Microsoft Lync
- Microsoft Sharepoint
- Microsoft Outlook (19)

1.4. Analýza IS

Pro analýzu IS lze využít celou řadu metod. V rámci mé diplomové práce se budu zabývat pouze analýzou SWOT, kterou popíši níže.

SWOT analýza

„SWOT analýza je univerzální analytická technika zaměřená na zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace nebo nějakého konkrétního záměru (například nového produktu či služby). Nejčastěji je SWOT analýza používána jako situační analýza v rámci strategického řízení.“ (20)

Název je odvozen od počátečních písmen anglických názvů jednotlivých faktorů:

- **Strengths** - silné stránky
- **Weaknesses** - slabé stránky
- **Opportunities** - příležitosti
- **Threats** – hrozby

Silné a slabé stránky jsou zaměřeny na vnitřní analýzu podniku. Naopak hrozby a příležitosti analyzují vnější prostředí. SWOT analýza je souhrnnou analýzou vycházející z řad dalších analýz, jako je finanční analýza organizace, PESTE analýza, Porterova analýza a jiné (20).



Obrázek č. 7 – SWOT analýza

Zdroj: (20)

Využití této analýzy je velice univerzální, a proto ji lze použít jak pro hodnocení podniku jako celku, tak pro jeho jednotlivé části a dokonce i pro informační strategii a IS.

1.5. Integrace aplikací

V situacích, kdy je v podniku využíváno více systémů a je kladen důraz na jednotný přístup k datům, provázanost systémů a možnost přistupovat k informacím pomocí jednoho rozhraní, tak hovoříme o tzv.: integraci aplikací.

Pro vzájemnou komunikaci různorodých systémů je nutná existence určitého rozhraní zajišťujícího vzájemnou komunikaci. K tomu se využívá celá řada technologií, které tento integrační proces pomáhají zajišťovat.

„Integrace podnikových aplikací (EAI – Enterprise Application Integration) je množina konceptů, přístupů, metod, technologií, umožňující organizaci vzájemně propojit původně často vzájemně nekompatibilní nezávislé dílčí řešení nebo informační systém. EAI jako platforma je pak množina nástrojů a technologií umožňující efektivní spolupráci a správu aplikací.“ (1, str. 319)

Integrace jako celek je kombinací stylu integrace, úrovně integrace, architektury integrace a orientace integrace.

Integrační styly:

- Metoda přenosu souborů – Aplikace „A“ exportuje data do strukturovaného souboru např.: XML a aplikace „B“ soubor s daty importuje.
- Metoda sdílení dat v databázích – Podstatou je vytvoření společné databáze s jednotným databázovým schématem pro přístup více aplikací.
- Metoda vzdáleného volání procedur – Vychází z objektového přístupu a zajišťuje synchronní komunikaci. Aplikace „A“ volá metodu aplikace „B“, a to komunikací se svým rozhraním, které zajistí předání tohoto požadavku na rozhraní aplikace „B“. Ta pak zajistí samotné zpracování a vrácení výsledku zpět aplikaci „A“.

- Metoda zasílání zpráv tzv.: messaging – Komunikace je asynchronní. Aplikace „A“ generuje zprávu, kterou předá messagingovému systému k předání pro aplikaci „B“. Aplikace „A“ mezitím může nadále pracovat a nečeká na zpracování zprávy druhou stranou. Typickým příkladem může být například systém elektronické výměny dat (EDI – Electronic Data Interchange) (1).

Úrovně integrace:

- Integrace na úrovni dat – Zajištění sjednocení dat za využití datových pump (ETL – Extract, Transform, Load).
- Integrace na úrovni aplikačního rozhraní – Využívá aplikačního programového rozhraní (to nám umožňuje přístup k objektům a jejich metodám) vytvořeného tvůrcem aplikace, případně doplněného o konektor transformující data do správné podoby.
- Integrace na úrovni metod – Aplikace již obsahuje definovanou funkcionalitu a využívá se zde tzv.: služeb, což je část programového vybavení (např.: framework) sloužícího k vykonání úlohy, které je dostupné pomocí běžných prostředků (např.: webové služby).
- Integrace na úrovni uživatelského rozhraní – Cílem je zajistit homogenní rozhraní uživateli. Využíváno u starších aplikací, kde nejsou jiné možnosti integrace (1).

Architektura integrace:

- Bod-bod – Nejsnáze implementovatelná. Každá aplikace má tolik rozhraní, kolik je vzájemně propojených aplikací.
- Hvězdicová architektura – Založena na logickém centrálním prvku (tzv.: prostředník – broker), zajišťujícím vazby mezi aplikacemi.
- Sběrníková architektura – Předpokládá důkladné zpracování na straně aplikace a následné předání dat na sběrnici k přenosu do aplikace jiné (1).

Orientace integrace:

- Integrace orientovaná na informace – Nejjednodušší integrace představuje sdílení dat mezi jednotlivými aplikacemi.
- Integrace orientovaná na koordinaci aplikací obchodními procesy
- Integrace orientovaná na služby (1)

1.6. Procesní řízení podniku

Procesní řízení

Zahrnuje definování podnikových procesů, jejich popis, vykonávání, řízení, měření a neustále zlepšování. Úkolem procesního řízení je uplatňovat procesy takovým stylem, aby díky tomu docházelo k naplňování strategických cílů společnosti. V oblasti IT to znamená poskytování a řízení IT služeb (21).

Proces

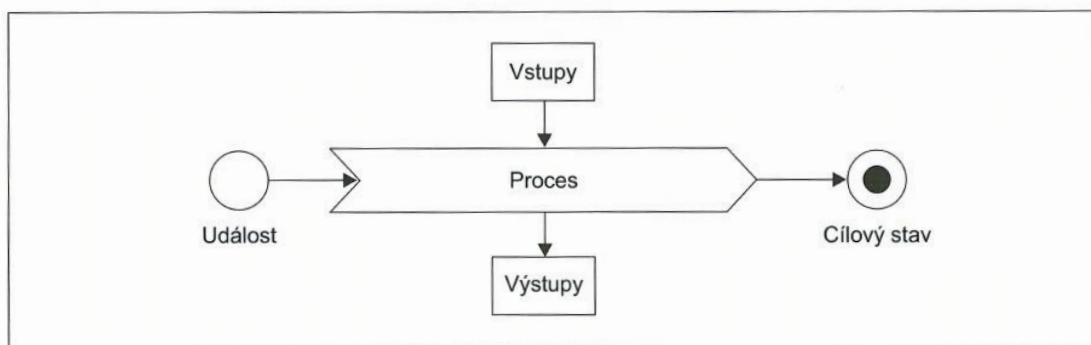
Jedná se o sled definovaných činností s daným vstupem, výstupem, dobou trvání, objektivně měřitelnými ukazateli, které přispívají k dosažení požadovaného cílového stavu (21).

Dělení procesů

Základní - Procesy zajišťující hlavní podnikové aktivity, které mají dopad na spokojenost zákazníků, finální produkt a výkonnost celé organizace. (např.: výroba, vývoj a jiné).

Podpůrné – Zajišťují podpůrné činnosti pro procesy základní (např.: zásobování, personalistika, fakturace a jiné).

Řídící – Procesy zajišťující řízení společnosti (administrativa), realizaci hlavních a podpůrných procesů (1).



Obrázek č. 8 - Model procesu

Zdroj: (1)

1.7. Projektový management

1.7.1. Základní pojmy

Projekt

„Jedinečná soustava činností směřujících k předem stanovenému a jasně definovanému cíli, která má určený začátek a konec, která vyžaduje spolupráci různých profesí, váže jejich kapacity a jejich úsilí a využívá (případně spotřebovává) pro vytvoření cílových výstupů informace, materiál, peníze, schopnosti a dovednosti zúčastněných lidí“ (22)

“Časově omezené úsilí vynaložené na vytvoření unikátního produktu, služby nebo výstupu” (23, str. 20)

Charakteristické znaky projektu:

- Trojrozměrný cíl
- Projekt je jedinečný
- Realizace s využitím lidských a materiálových zdrojů
- Realizace za provozu organizace (3)

Trojimperativ projektu

Projekt jako takový je vždy vymezen rozsahem, časem a náklady. Tyto základní protichůdné dimenze je nutné sladit, a to znamená dělat kompromisy.

Rozsah – Jakou práci je třeba v rámci projektu vykonat? Jaký jedinečný produkt nebo výstup zákazník či sponzor projektu očekává? Jak bude rozsah ověřen?

Čas – Jak dlouho by měla práce na projektu trvat? Jaký je harmonogram projektu? Jak bude tým monitorovat aktuální stav projektu ve vztahu k časovému horizontu? Kdo bude schvalovat změny v harmonogramu projektu?

Náklady – Kolik by měla realizace projektu stát? Jaký je rozpočet projektu? Jak budou náklady sledovány? Kdo bude schvalovat změny v rozpočtu? (23),(24)



Obrázek č. 9 – Trojimperativ projektu

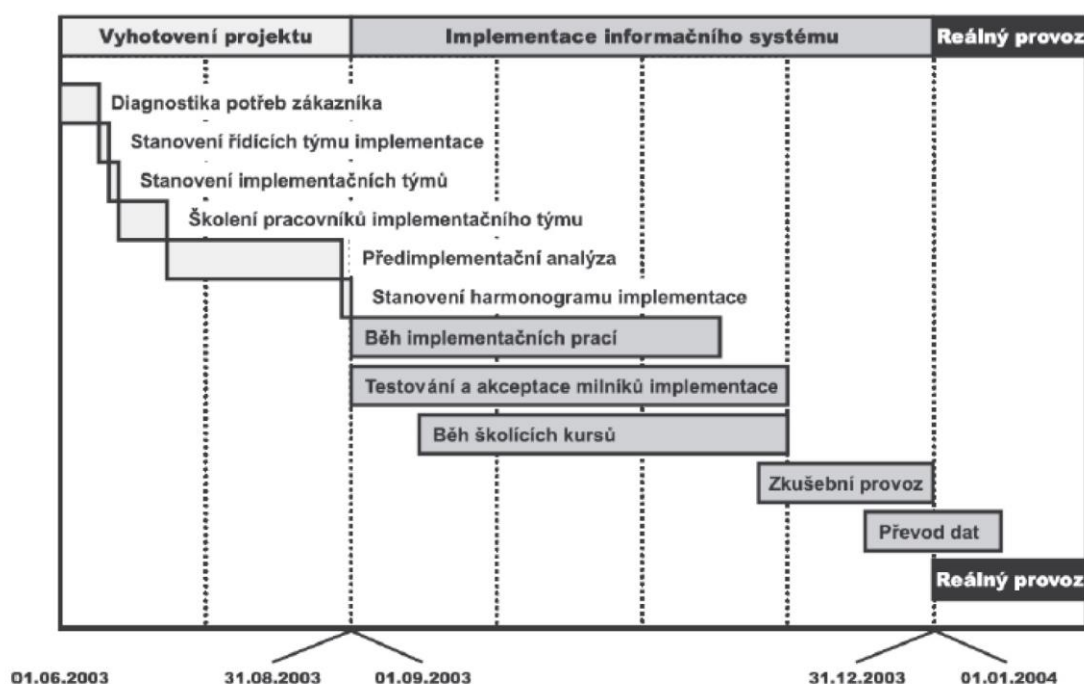
Zdroj: (23)

Projektový manažer

„Plánuje, rozvrhuje a řídí aktivity za účelem naplnění stanovených cílů a uspokojování požadavků projektů. Využívá přitom svých technických, teoretických a manažerských schopností. Koordinuje a integruje tým a individuální práci. Buduje pozitivní profesní vztahy s klienty a spolupracovníky.“ (23, str. 37)

1.7.2. Fáze IT projektu

- Rozhodnutí
- Pořízení systému a volba implementačního partnera
- Implementace
- Užívání a údržba
- Rozvoj, Inovace a „odchod do důchodu“ (3)



Obrázek č. 10 - Implementační fáze

Zdroj: (3)

1.8. Hodnocení projektu

Pro ekonomické hodnocení projektů lze použít celou řadu metod. Je důležité si uvědomit, že neexistuje metoda, která by se dala označit za nejlepší. Z ekonomického pohledu lze použít následující metody hodnocení:

- **Doba návratnosti (Payback Period) a rentabilita (ROI)** - Doba návratnosti představuje dobu, za kterou čisté výnosy z investice pokryjí náklady vynaložené na danou investici. ROI (Return of Investment) představuje procentní vyjádření ziskovosti dané investice, které se získá jako poměr příjmů plynoucích z projektu k nákladům vynaloženým na projekt. ROI by mělo být vyšší, než střednědobý úrok z vkladů (7).
- **TCO –Total Cost of Ownership**

Výhodou této metody je možnost hodnocení různých variant investice. Nezahrnuje pouze náklady na pořízení, ale celkové náklady na vlastnictví po celou dobu životnosti projektu. To představuje následující náklady:

- Na pořízení
- Provoz
- Údržbu SW a HW
- Rozvoj (7)

Tyto dvě metody však nezohledňují hodnotu peněz v čase a mohou zkreslovat výsledné hodnocení. Abychom tomu předešli, můžeme použít metodu čisté současné hodnoty NPV (Net Present Value). Tato metoda vnímá hodnotu peněz v čase a zohledňuje tak vývoj inflace a úrokových měr v jednotlivých letech životnosti investice.

Následné hodnocení

V následném vyhodnocení projektu se zahrnuje jak skutečné ekonomické vyhodnocení, průběh projektu, přínosnost IS k podpoře procesů, tak zejména uživatelské a systémové hodnocení projektu. Toto hodnocení nám dává zpětnou vazbu, která odráží úspěšnost projektu.

Tabulka č. 2 - Hlediska hodnocení IS

Zdroj: upraveno dle (7)

Hledisko	Ukazatel	Význam ukazatele
Integrita	Integrita s okolím	Pravdivý obraz reálného světa
	Integrita úloh IT	Datové výstupy z předcházející funkce mohou být použity ve funkci následující
Redundance	Zjištěné duplicitní vazby	Nadbytečnost informací
Propustnost	Měřené veličiny množství a času	Možná kapacitní omezení
Účinnost	Poměr mezi počtem funkcí vyšší úrovně složitosti k celkovému počtu funkcí	I jakoby plně zaměstnaný proces nemusí být v rámci IS účinný
Pohotovost	Spotřeba času k dodání informace na místo jejího použití	Analytický a srovnávací ukazatel funkčnosti
Organizovanost	Úroveň podpory procesů	Odhalování konfliktů, měřítko nutnosti synchronizací v systému
Efektivnost	Ukazatelé ekonomické efektivnosti	Hodnocení investic

2. Analýza problému a současné situace

Utajeno dle přání dotřeného subjektu.

3. Vlastní návrh řešení a jeho přínos

Utajeno dle přání dotčeného subjektu.

Závěr

Cílem práce bylo navrhnout způsob implementace informačního systému Microsoft Dynamics CRM 2011 pro investora, kterým je společnost LUX-IDent s.r.o.

V první části práce jsem shrnul základní teoretické předpoklady spojené s informačními systémy a jejich implementací včetně integrace s jiným systémem. Zahrnul jsem zde také možné metody hodnocení investice, které byly použity v poslední části mé práce pro vyhodnocení projektu.

Druhá část práce je tvořena analýzou současného stavu ICT včetně analýzy současných IS a jejich využití. Na základě těchto předpokladů a dále pak na základě požadavků, které očekává vedení společnosti od nového systému, byl definován návrh implementace systému, který je součástí kapitoly č. 3.

Velký důraz byl kladen na integraci se systémem Helios Orange, která tvoří nejtěžejnější a nejnáročnější část projektu, a proto ji byla v rámci práce věnována největší pozornost. Dalším významným prvkem jsou pak specifické úpravy systému, tak, aby korespondoval s firemními procesy, usnadnil práci zaměstnancům obchodního oddělení při tvorbě nabídek a zároveň u nich podnítl snahu více komunikovat se zákazníky.

Vzhledem ke způsobu implementace a systému na vlastní HW a SW prostředky byly v závěru doporučeny kroky pro snížení rizik výpadku systému a zajištění nejenom jeho dostupnosti, ale dostupnosti ICT jako celku.

V poslední části práce jsem se věnoval zhodnocení investičního projektu a stanovení celkových nákladů na vlastnictví, které zahrnují mimo nákladů na pořízení také náklady na provoz, údržbu a rozvoj. Celkové náklady investice za první rok byly stanoveny na 1 189 072Kč, z čehož 296 450Kč tvoří náklady na provoz a údržbu, vynakládané každý rok. Celkové náklady na vlastnictví, které se předpokládá po dobu 6 let, jsem stanovil na 2 671 322Kč. Dle výpočtu ČSH by měla být její hodnota již ve třetím roce kladná, a tudíž se projekt vyplatí realizovat.

Přínosy návrhu řešení:

- Získání detailních informací o zákaznících a konkurentech.
- Očekávané zvýšení tržeb.

- Snížení času na vyřízení nabídky/objednávky.
- Zvýšení marketingové činnosti zejména ve formě email marketingu.
- Snížení nákladů za licence Helios Orange.

Celý návrh je koncipován tak, aby korespondoval co nejvíce s požadavky společnosti a v případě rozhodnutí o jeho realizaci naplnil představy jejího vedení, které byly definovány v počáteční fázi projektu.

Seznam použité literatury

- (1) GÁLA, Libor, Jan POUR a Zuzana ŠEDIVÁ. Podniková informatika. 2., přeprac. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2009, 496 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2615-1.
- (2) MOLNÁR, Zdeněk. Efektivnost informačních systémů. 2. rozš. vyd. Praha: Ikar, 2000, 178 s. ISBN 80-247-0087-5.
- (3) SODOMKA, Petr a Hana KLČOVÁ. Informační systémy v podnikové praxi. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Brno: Computer Press, 2010, 501 s. ISBN 978-80-251-2878-7.
- (4) CHYTKOVÁ, Dagmar a Michal ČERNÝ. Znalostní a informační management. InFlow: Information journal [online]. [cit. 2015-05-18]. Dostupné z: <http://www.inflow.cz/znalostni-informacni-management>
- (5) Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). 121/2000Sb. 2013.
- (6) MOLNÁR, Zdeněk. Podnikové informační systémy. V Praze: České vysoké učení technické, 2009, 195 s. ISBN 978-80-01-04380-6.
- (7) VYMĚTAL, Dominik. Projektové řízení podle PMI. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 142 s. Průvodce (Grada). ISBN 978-80-247-3046-2.
- (8) MOLNÁR, Zdeněk. Moderní metody řízení informačních systémů. 1. vyd. Praha: Grada, 1992, 347 s. ISBN 80-856-2307-2.
- (9) BASL, Josef a Roman BLAŽÍČEK. Podnikové informační systémy: podnik v informační společnosti. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 323 s. ISBN 978-80-247-4307-3.

- (10) Dynamics Online NAV. DynamiCS Online [online]. [cit. 2015-05-18]. Dostupné z: http://dynamicsonline.cz/dynamics-online-nav/?gclid=Cj0KEQIA0aemBRC8p87zv_mc5qYBEiQAIeEMQfFb9zSzuZsgDdFXcoz4WJMzB8e58zs5jvmAbOhwNO4aAtHH8P8HAQ
- (11) Vše o Helios Orange. HELIOS Orange [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.helios.eu/produkty/helios-orange/>
- (12) Informační systém Helios Orange - O systému. CATHEDRAL software [online]. [cit. 2015-05-18]. Dostupné z: <http://www.cathedral.cz/cz/p/informacni-system-helios-orange-o-systemu/>
- (13) DENNY, Richard. *Selling to Win (4th Edition)* - 2.4.2 Customer Relationship Management (CRM). Philadelphia: Kogan Page, 2013. ISBN 9780749466329. Dostupné z: <http://app.knovel.com/hotlink/pdf/id:kt00B07X8U/selling-win-4th-edition/customer-relationship>
- (14) WESTCOTT, Russ. The certified manager of quality/organizational excellence handbook. USA: Quality Press, 2013. ISBN 0873898613.
- (15) KOSTOJOHN, Scott, Mathew JOHNSON a Brian PAULEN. CRM fundamentals: step by step. New York: Springer Science Business Media, 2011. 232 s. ISBN 978-143-0235-910.
- (16) JESPERSEN, Birgit Dam a Tage SKJØTT-LARSEN. Supply chain management - in theory and practice - CRM as a Concept [online]. Copenhagen: Copenhagen business school press, 2008 [cit. 2015-05-27]. ISBN 9788763001526. Dostupné z: <http://app.knovel.com/hotlink/pdf/id:kt00ASXZZS/supply-chain-management/crm-as-a-concept>

- (17) Váš pracovní den s Microsoft Dynamics CRM: Začínáme s aplikací Microsoft Dynamics CRM [online]. Microsoft Česká republika. 1. vyd. Praha: ARTAX a.s., 2008 [cit. 2015-05-19].
- (18) Váš pracovní den s Microsoft Dynamics CRM: Začínáme s aplikací Microsoft Dynamics CRM [online]. Microsoft Česká republika. 1. vyd. Praha: ARTAX a.s., 2008 [cit. 2015-05-19].
- (19) SNYDER, Mike, Jim STEGER a Brendan LANDERS. Microsoft Dynamics CRM 2011: step by step. Washington: Microsoft Press, 2011. 417 s. ISBN 07-356-4890-5.
- (20) BHATTACHARYA, Dipankar. Microsoft Dynamics CRM 2011 cookbook: includes over 75 incredible recipes for deploying, configuring, and customizing your CRM application. 1. vyd. Birmingham: Packt Pub., 2013, iv, 390 p. Průvodce (Grada). ISBN 978-1-84968-452-1.
- (21) SWOT analýza: Co je SWOT analýza. Management mania [online]. 2013 [cit. 2015-05-18]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>
- (22) KOCH, Miloš. Manažerské informační systémy. Přednáška č. 2. Brno: Fakulta podnikatelská VUT, 2014.
- (23) STANÍČEK, Zdenko. Řízení projektů: I. díl Podstata řízení projektů. SystemOnLine: S přehledem ve světě informačních technologií [online]. [cit. 2015-05-18]. Dostupné z: <http://www.systemonline.cz/clanky/řízení-projektu.htm>
- (24) SCHWALBE, Kathy. ŘÍZENÍ PROJEKTŮ V IT. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011, 632 s. ISBN 978-80-251-2882-4.
- (25) ŘEHÁČEK, Petr. Projektové řízení podle PMI. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2013, 123 s. ISBN 978-80-86929-90-3.

- (26) Veřejný rejstřík a Sbírka listin: Výpis z obchodního rejstříku. Veřejný rejstřík a Sbírka listin [online]. 2015 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=259785&typ=PLATNY>
- (27) LUX-IDENT S.R.O. LUX: Profil společnosti [online]. 2015 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.lux-ident.com/index.asp>

Seznam zkratek

Zkratka	Význam	Překlad
CRM	Customer Relationship Management	Řízení vztahů se zákazníky
ERP	Enterprise Resource Planning	Řízení podnikových zdrojů
DB	Databases	Databáze
IS	Information System	Informační systém
IT	Information Technology	Informační technologie
SCM	Supply Chain Management	Řízení dodavatelského řetězce
MIS	Management Information System	Manažerské informační systémy
BI	Business Intelligence	
DW	Data Warehouse	Datový sklad
OLAP	OnLine Analytical Processing	Online analytické zpracování
SAAS	Software As a Service	Software jako služba
HW	Hardware	Vybavení pc
SW	Software	Programové vybavení pc
EAI	Enterprise Application Integration	Integrace podnikových aplikací
XML	Extended Markup Language	
EDI	Electronic Data Interchange	Elektronická výměna dat
TCO	Total Cost of Ownership	Celkové náklady vlastnictví
ROI	Return of Intestment	Návratnost investice
RFID	Radio Frequency Identification	Radiofrekvenční identifikátory
HF	Hight Frequency	Vysoká frekvence
LF	Low Frequency	Nízká frakvence
B2B	Business to Business	
B2C	Business to Customer	
ICT	Information and Communication Technologies	Informačně komunikační technologie
CAL	Client Access License	Klientská licence
SSRS	SQL Server Reporting Services	
SLA	Service Level Agreement	Servisní smlouva

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 – Přeměna dat ve znalosti	14
Obrázek č. 2: Holisticko procesní pohled na IS.....	17
Obrázek č. 3 – Zpracování zakázky v podnikovém IS	18
Obrázek č. 4 – Moduly ERP Helios Orange	21
Obrázek č. 5 – Oblasti pokrývané systémem Microsoft Dynamics CRM.....	25
Obrázek č. 6 – Typická infrastruktura CRM aplikace	28
Obrázek č. 7 – SWOT analýza.....	30
Obrázek č. 8 - Model procesu	34
Obrázek č. 9 – Trojimperativ projektu.....	35
Obrázek č. 10 - Implementační fáze	36

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 – Klasifikace ERP podle oborového a funkčního zaměření	19
Tabulka č. 2 - Hlediska hodnocení IS	38